



O VALOR-NOTÍCIA: PROXIMIDADE EM BRASIL URGENTE¹

Julia Lery Miranda²

RESUMO: O artigo realiza uma retomada dos conceitos de valor-notícia e de noticiabilidade, pensando-os especialmente como manifestações de valores socioculturais (SILVA E FRANÇA, 2017) e morais (SILVERSTONE, 2002). A seleção de notícias, compreendida como um espaço de negociação de significados entre público, comunidade jornalística e veículos de comunicação, é mobilizada, então, como um operador analítico para que se olhe para Brasil Urgente. O telejornal vespertino faz um uso particular da proximidade como valor-notícia (WOLF, 1987), universalizando reportagens sobre crimes e cotidiano urbano, que são tidas por outros veículos como matérias de interesse local e por Brasil Urgente como pautas para um programa nacional. Entendemos que essa flexibilização da proximidade como um valor-notícia é compensada por um discurso do apresentador que justifica as matérias por um viés moralizante.

PALAVRAS-CHAVE: *Brasil Urgente. Moral. Valor-notícia. Seleção Noticiosa.*

ABSTRACT: The article makes a resumption of the concepts of news value and newsworthiness, thinking them especially as manifestations of sociocultural values (SILVA AND FRANÇA, 2017) and moral (SILVERSTONE, 2002). The selection of news, understood as a space for negotiating meanings between the public, journalistic community and communication vehicles, is then mobilized as an analytical operator to look at Brazil Urgent. Evening television news makes a particular use of proximity as news value (WOLF, 1987), universalizing crime reports and urban daily life, which are considered by other vehicles as matters of local interest and by Urgent Brazil as guidelines for a national program. We understand that this flexibilization of proximity as a news value is compensated by a discourse of the presenter that justifies the matters by a moralizing bias.

KEYWORDS: *Brazil Urgent. Moral. Value-news. Newspaper Selection.*

¹ Versão atualizada da discussão apresentada no GT de Teoria do Jornalismo do 40o Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação Intercom 2017 realizado em Curitiba – PR, publicado nos anais do evento.

² Graduada em Jornalismo pela Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais (2012) e mestrado em Comunicação Social: Interações Midiáticas pela Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais (2015). Atualmente é doutoranda em Comunicação Social na Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro. E-mail: lery.julia@gmail.com

Introdução

Segundo Wolf, “o objetivo declarado de qualquer órgão de informação é fornecer relatos dos acontecimentos significativos e interessantes” (WOLF, 1987, P. 188). Para além da discussão acerca da diferença entre os objetivos reais e os objetivos declarados dos veículos de comunicação, que já parece um apontamento infértil, é possível pensar, a partir desta frase de Wolf, quais são esses critérios de significatividade e interesse mobilizados pelos veículos de comunicação na construção dos relatos noticiosos.

Se o apontamento da incongruência entre o interesse público, legitimador do jornalismo, e o interesse mercadológico das organizações jornalísticas já parece dado, este paradoxo parece, igualmente, assimilado. Já não há potência crítica em afirmar que, devido a interesses comerciais, a centralidade do dito interesse público no jornalismo perde espaço (se é que já o teve) para interesses das organizações e *do* público. O desvelamento dessas contradições já está posto e já foi ampla e cinicamente aceito, ainda que os veículos afirmem atender ao interesse público ao se justificarem perante a sociedade.

Para além deste paradoxo, então, a questão que levantamos aqui gira em torno da mobilização de valores-notícia específicos no programa de telejornalismo vespertino Brasil Urgente e o uso particular do valor-notícia proximidade, que parece ficar em segundo plano.

Compreendemos que a noção de valor-notícia, em si, remete à origem positivista do jornalismo e a um esforço questionável de legitimação de um jornalismo dominado por organizações privadas como instituição paradigmática do poder simbólico. Para Silverstone (2002) uma das grandes preocupações éticas em relação à mídia deveria ser a privatização de espaços de sociabilidade, uma vez que as experiências de socialização tendem a se conformar cada vez mais em torno da esfera mediada, o que o autor vê como uma possível razão para a radicalização dos discursos.

Ao mesmo tempo que questionamos esse discurso de legitimação do papel do jornalismo que o conceito de valor-notícia pode trazer, sua mobilização como chave analítica possibilita o desvelamento de uma prática jornalística que, a despeito das

declarações de defesa do interesse público por parte dos veículos de comunicação, não cumpre as promessas firmadas. Em outras palavras, por mais questionáveis que possam ser os valores-notícia usados para a justificação social das práticas jornalísticas como são, o que se faz no mercado, muitas vezes, não obedece sequer a esses critérios.

Partimos, para o questionamento das práticas de seleção noticiosa em Brasil Urgente, da observação de Lana (2007) de que as pautas do programa de veiculação nacional cobriam principalmente o cotidiano da grande São Paulo. Entendemos que notícias que se adequariam à cobertura de cidades têm seu âmbito de interesse ampliado, sustentando e sendo sustentadas por discursos moralizantes do apresentador diante de crimes e questões do cotidiano urbano, como manifestações, acidentes e desastres naturais.

Valores-notícia como produtos culturais

Embora não sejam organizados como normas de redação, os valores-notícia são noções partilhadas pela comunidade jornalística que definem os acontecimentos que valem ser noticiados. É uma sistematização dos critérios que determinam o potencial de notícia de um acontecimento. Segundo Silva e França (2017) os valores-notícia são os atributos que norteiam a seleção de fatos operada pelo jornalismo. A noticiabilidade, por sua vez, está ligada a todos os fatores que podem agir na construção da notícia. Esses fatores passam pela profissionalização e pela cultura profissional da categoria (SOLOSKI, 1993), por critérios de subjetividade dos jornalistas responsáveis pelas escolhas (WHITE, 1993), pelas convenções culturais de notícia (SCHUDSON, 1982), pelos constrangimentos organizacionais (BREED, 1993), além de relações com as fontes, relações éticas e circunstâncias políticas e sociais que perpassam as notícias (HALL et al., 1993).

Os valores-notícia são, assim, entendidos como componentes da noticiabilidade. Wolf (1987) defende que são critérios de seleção e organização das notícias. Silva e França (2017), por sua vez, afirmam que, como não são instituídos em forma de normas ou manuais jornalísticos, os valores-notícia “dizem mais sobre como a cobertura

jornalística foi feita do que sobre como os assuntos foram selecionados para a cobertura” (SILVA e FRANÇA, 2017, p. 8). Para as autoras, é a análise do que é publicado pelos jornais de um determinado país ou região que edifica os valores-notícia estabelecidos pela mídia daquela localidade, e não o contrário.

Isso justifica, assim, a mobilização dos valores-notícia neste artigo como operadores de análise, buscando compreender o modo como Brasil Urgente constrói seus discursos conservadores e excludentes tendo como base notícias relacionadas, em especial, a acontecimentos ligados a crimes e acidentes do dia-a-dia das cidades – mas sem valorizar a localidade, de modo a generalizar a cobertura. Propomos analisar, a partir da sistematização dos valores-notícia e do enfoque no valor-notícia *proximidade*, o modo como Brasil Urgente seleciona suas reportagens sobre violência e cotidiano urbano, transformando uma cobertura que os outros jornais fazem nas editorias de cidades em algo de alcance (e pressuposto interesse) nacional.

Silva e França (2017) propõem a compreensão dos valores-notícia como relativos, especialmente, aos valores de uma determinada sociedade. Para as autoras, “os valores sociais e interesses ideológicos – normalmente negligenciados nas reflexões sobre a noticiabilidade – são uma mediação fundamental a ser considerada nas práticas e processos jornalísticos” (SILVA e FRANÇA, 2017, p.9). As notícias podem ser entendidas, assim, como resultados de um consenso entre os setores sociais envolvidos (público, organizações, comunidade de jornalistas).

Essa ideia de consenso acerca dos valores-notícia se aproxima do que Silverstone (2002) entende como uma relação de cumplicidade e conluio do público em relação ao conteúdo midiático que consome. Para o autor, a mídia tende a representar a alteridade sempre de maneira redutora. Ou essas representações assimilam completamente o Outro e apagam seus traços identitários e subjetivos, transformando-o em uma extensão do Eu para que seja aceito pelo público, ou, ainda, o representa como um total diferente, alguém cujas especificidades tornam inacessível, e o diálogo, impossível. Essa representação da alteridade inacessível, que cria um abismo intransponível entre o Eu e o Outro, se aproxima muitas vezes de uma negação da humanidade do Outro.

Pensando nos discursos de Brasil Urgente, é comum que o apresentador José Luiz Datena reivindique essa desumanidade quando se refere à categoria de pessoas que trata como bandidos. No programa do dia 30 de junho de 2017, criticando o indulto humanitário³ (que tinha acabado de ser revogado) concedido ao ex-médico Roger Abdelmassih, condenado por estupros de pacientes, Datena disse: “isso aí é dar moral para um bandido por razões humanitárias. Para um cara que não precisa de razões humanitárias porque nem humano é”. Essa tentativa de desumanizar criminosos, frequente na fala do apresentador, ilustra a representação excludente de alteridade que descreve Silverstone (2002).

O autor afirma ainda que o público, sendo ativo e dotado de poder de significação, mesmo que estabeleça uma relação de poder assimétrica com a mídia, se engaja nessas proposições midiáticas. As representações da alteridade estão em estreito diálogo com as sociedades que as criam, pois partem dos valores dessas sociedades e os fortalecem. Os espectadores seriam, então, cúmplices (SILVERSTONE, 2002) desses discursos excludentes, violentos e pouco empáticos do telejornalismo vespertino, na medida em que compactuam com suas propostas e com sua exibição. Em segunda hipótese, agiriam em conluio com os *media*, quando se engajam ativamente nesses significados propostos.

104

É fácil confirmar que há, de fato, engajamento ativo, já que as enquetes, quando propostas pela produção de Brasil Urgente, contam com ampla participação do público, que na maior parte das vezes toma a iniciativa de votar no site ou telefonar para a emissora para apoiar o apresentador José Luiz Datena e corroborar sua fala. Ainda a título de exemplo, em 2007, Brasil Urgente colocou no ar uma enquete perguntando “que pena você daria nesse caso?”, sobre o assassinato de um casal no Morumbi, e disponibilizou apenas as opções de prisão perpétua ou pena de morte, ignorando o fato de que nenhuma das duas são previstas na legislação brasileira. Um grande número de espectadores, porém, participou, e a opção que venceu, com mais de dezoito mil votos de diferença, foi

³ Sobre o indulto humanitário de Roger Abdelmassih, revogado no dia 30 de julho, ver ZYLBERKAN, Mariana. **Ex-médico Abdelmassih, 73, cumprirá pena em prisão domiciliar**. Portal Folha de S.Paulo, 21 de julho de 2017. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/cotidiano/2017/06/1894866-roger-abdelmassih-consegue-direito-de-cumprir-pena-em-prisao-domiciliar.shtml>>. Último acesso em 01 de julho de 2017.

a pena de morte.⁴

A pretensão político-eleitoral do apresentador também é indicativa uma convicção de Datena de que a leitura da sociedade e as demandas que ele apresenta no programa representam os valores de uma fração considerável do eleitorado. Em meados de 2015 o apresentador lançou sua pré-candidatura à prefeitura de São Paulo, indicando a afinidade entre o discurso proferido em Brasil Urgente e um discurso de pretensões político-partidárias. Em suma, o apresentador acredita no engajamento ativo de seu público no discurso que ele apresenta, representa e veicula⁵.

Ainda no sentido de pensar o telejornal vespertino Brasil Urgente (e, é claro, sua seleção noticiosa) como o produto de uma espécie de consenso entre público, produtores e emissora, podemos mobilizar a teoria do conhecimento de Berger e Luckmann (1995). Segundo os autores, os sujeitos são produtos sociais, e a sociedade é, ao mesmo tempo, um produto humano e uma realidade objetiva, capaz de interferir na vida dos indivíduos. Essa realidade objetiva é construída intersubjetivamente. A ideia é a de que não há pensamento humano imune às influências sociais – mas que esses pensamentos também contribuem para a construção desse social.

105

Pereira Junior (2004), pensando na construção social da realidade de Berger e Luckmann (1995) à luz do jornalismo, afirma que as representações jornalísticas do mundo ajudam a formar essa sociedade como realidade objetiva. Os jornalistas formam uma “comunidade interpretativa”: um grupo que compartilha valores e visões de mundo. Eles criam métodos, dentre os quais estão os valores-notícia, para colocarem ordem nos acontecimentos factuais, já que estes, por si, não produzem sentido ou seguem ordem alguma. As práticas profissionais de seleção dos jornalistas são naturalizadas e contribuem, assim, para a consolidação de determinadas leituras do real. A cultura

⁴ Cristina Padiglione. **Datena promove enquête que inclui pena de morte**. Estadão, 27 de junho de 2007. Disponível em: <<http://cultura.estadao.com.br/blogs/cristina-padiglione/datena-promove-enquete-que-inclui-pena-d/>>. Acesso em: 22 de junho de 2016.

⁵ Datena acabou por anunciar, em janeiro de 2016, a desistência da candidatura. O argumento foi ter descoberto que o PP, partido ao qual se filiou, tinha recebido propina da Petrobrás. **ESTADÃO. Datena desiste de disputar prefeitura e diz que vai sair do PP**. Disponível em: <<http://politica.estadao.com.br/noticias/geral,datena-desiste-de-disputar-prefeitura-e-diz-que-vai-sair-do-pp,10000007372>>. Acesso em 22 de junho de 2016.

profissional tem legitimidade para estabelecer, então, critérios do que deve ou não ser publicado como representação do mundo.

Estão presentes nessas representações sociais, é claro, elementos culturais e valorativos, ou seja, ideológicos. A própria classificação de um acontecimento como inusitado, o que dá a ele potencial de notícia, tem como horizonte uma normatividade, uma ideia culturalmente partilhada acerca do que é um comportamento esperado e o que é um comportamento desviante.

O conjunto amplo de sentidos, criados e compartilhados socialmente pela linguagem e pelos conhecimentos legitimados, dentre os quais está o fazer jornalístico, são responsáveis, em parte, pela maneira como as pessoas agem, pois exercem influência na maneira como elas lêem o mundo. A seleção de notícias assume papel fundamental na construção dos conhecimentos partilhados que conformam o que entendemos como realidade. Ao mesmo tempo, esses critérios de seleção partem da sociedade, realidade objetiva na qual se inserem.

Na mesma linha, mas pensando diretamente na mídia, e não em uma sociologia do conhecimento, Hall e seus colegas (1993) falam em um “mapa de sentidos” que orienta a produção noticiosa. Os acontecimentos, para os autores, não têm em si um sentido próprio. Eles ganham significado ao serem inseridos pelos *media* em um “mapa” social do mundo cultural, que jornalistas e público carregam como repertório compartilhado.

Este trazer dos acontecimentos ao campo dos significados quer dizer, na essência, reportar acontecimentos invulgares e inesperados para os mapas de significados que já constituem a base do nosso conhecimento cultural, no qual o mundo social já está traçado. A identificação social, classificação e contextualização de acontecimentos noticiosos em torno desses quadros de referência de fundo constitui o processo fundamental através do qual os *media* tornam o mundo ao qual eles fazem referência inteligível a leitores e espectadores. (HALL et al, 1993, p. 226)

Entre os papéis do jornalismo está, então, o reforço de consensos culturais e de determinados valores sociais partilhados. Por meio dos valores-notícia, que estabelecem quais acontecimentos são dignos de ocuparem as páginas dos jornais ou o tempo das emissoras de TV, os acontecimentos são enquadrados em categorias culturais já traçadas,

que ao mesmo tempo que possibilitam a cognição e simplificam a realidade, fortalecendo valores sociais e moralidades previamente estabelecidas.

Para Silverstone (2002), isso faz das representações midiáticas do cotidiano questões centrais ao se pensar a ética: essas representações mobilizam significados que orientam padrões de conduta. O autor afirma que os atores sociais se tornam dependentes dessa “oferta social de significados” para criarem suas próprias leituras de mundo. Assim, a mídia tem um papel importante na maneira como o mundo aparece refletido no cotidiano. Tem, ainda, um diálogo direto com a moral, conformada nessas relações cotidianas. As representações midiáticas são, para o autor, ecos simplificadores da moral de uma dada sociedade, e, ao mesmo tempo, fatores que ajudam a conformá-la.

Em paralelo aos mapas de sentido de Hall et al (1993), Silva e França (2017) defendem que se pense nos enquadramentos das notícias. Entendendo como “quadros” as matrizes interpretativas às quais os indivíduos recorrem para a cognição do mundo, os enquadramentos são as mobilizações desses quadros. Construções que permitem que os indivíduos se posicionem e atuem em cada situação. É importante lembrar que os enquadramentos são

107

construções socioculturais, e não individuais. Eles constituem os elementos centrais de uma cultura, estão sustentados no seu sistema de valores e visão de mundo, são compreendidos pelos membros de uma sociedade e são reafirmados, transformados ou atualizados nas interações e relações sociais, em uma dinâmica na qual as mídias e o Jornalismo desempenham um papel fundamental (SILVA e FRANÇA, 2017, p.10)

Essa leitura possibilita, assim, que se pense os valores-notícia não como algo dado ou natural, e nem como decisões tomadas unilateralmente pela comunidade jornalística e nem, ainda, como imposições dos veículos de comunicação como forma de manipulação. Os valores-notícia se tornam, assim, um espaço em que se manifestam valores culturais partilhados entre público, jornalistas e organizações, sendo que o público tem o poder de transformar e ressignificar os valores difundidos midiaticamente.

Os valores-notícia em Brasil Urgente

Wolf (1987) organiza seu estudo dos valores-notícia em uma divisão entre critérios ligados ao conteúdo das notícias; à disponibilidade de material; ao produto informativo; ao público; e à concorrência. Dentre os critérios ligados ao conteúdo, que denomina “critérios substantivos”, o autor separa a *importância* e o *interesse*, sendo a primeira ligada ao interesse público e o segundo ligado ao interesse *do* público. Pensando na *importância*, ou interesse público, Wolf cita como valores: (a) o grau hierárquico de indivíduos envolvidos (notoriedade); (b) o impacto sobre a nação e o interesse nacional, bem como a proximidade geográfica e cultural entre notícia e público (proximidade); (c) a quantidade de pessoas envolvidas (relevância); (d) a repercussão prologada dos acontecimentos (significatividade). Dentre os critérios substantivos relativos ao interesse, o autor cita (a) casos insólitos com anônimos; (b) questões privadas relativas a pessoas públicas; (c) histórias de interesse humano; (d) histórias de feitos heroicos; (e) histórias em que se verificam inversões de papéis (o médico que mata em vez de salvar, ou o cão que morde o humano...). Por fim, Wolf afirma que se busca um equilíbrio entre os critérios relativos a importância e interesse para “uma composição equilibrada do noticiário” (WOLF, 1987, p.205).

O levantamento desses critérios substantivos aqui não se dá por uma simples tentativa taxonômica. A intenção é enfatizar que, no telejornalismo vespertino de Brasil Urgente, há uma relação particular com o critério de proximidade. Para Wolf (1987) a proximidade entre público e notícia não precisa ser necessariamente geográfica, mas cultural. O autor exemplifica explicando que um desastre ou crime contra uma vítima européia é considerado “mais notícia” do que um acontecimento com diversas vítimas chinesas por uma questão de identificação cultural do público.

Mesmo pensando pela perspectiva da proximidade cultural, é difícil justificar, pela perspectiva dos valores-notícia sistematizados por Wolf (1987), a abordagem de determinadas pautas em Brasil Urgente, um programa nacional. Assuntos que são tratados por outros veículos em âmbito local, são abordados por Brasil Urgente como questões de interesse em todo o país. Um roubo de motocicleta em uma cidade do interior da Bahia, por exemplo, foi noticiado no telejornal vespertino no dia 7 de junho de 2017. O apresentador dizia para os espectadores ficarem atentos à “nova modalidade de roubo”,

em que o ladrão empurrava o condutor e levava a moto. As imagens eram de uma câmera de segurança, que estava bastante próxima do lugar do crime.

É possível supor, assim, que a disponibilidade de material (boas imagens do ocorrido) e o fato de se tratar de um crime foram as principais razões para que o roubo de motocicleta tenha sido considerado uma pauta. Segundo Hall et al (1993):

A ação destinada a estigmatizar e punir aqueles que infringem a lei, levada a cabo pelos agentes formalmente nomeados como guardiões da moralidade e da ordem pública, constituem uma reafirmação simbólica dramatizada dos valores da sociedade e dos seus limites de tolerância. Se concebemos as notícias delineando uma realidade problemática, então o crime é quase por definição ‘notícia’ (HALL et al, 1993, p. 237).

Mesmo que o crime seja notícia *a priori*, por servir para delinear a moralidade de uma dada sociedade, é comum que a maior parte dos jornais os abordem como temas locais, nas editoriais de “cidades”. Eles ganham visibilidade nacional apenas quando somados a outros valores-notícia. Hall et al (1993) notam, de certa forma, essa questão, quando afirmam que “o que seleciona determinadas ‘estórias’ de crime pela atenção especial, e determina o relativo grau de atenção que lhes é dado, é a mesma estrutura de ‘valores-notícia’ que é aplicada a outras áreas noticiosas” (HALL et al, 1993, p.238).

109

No caso do goleiro Bruno, por exemplo, em que um feminicídio ocorrido em um sítio em Minas Gerais ganhou visibilidade nacional⁶, a violência do crime vinha junto com o critério de notoriedade, pelo fato de um acusado ser um jogador de futebol famoso. Na cobertura do caso Isabela Nardoni, um outro exemplo de crime tratado como tema de interesse nacional⁷, a violência do assassinato de uma criança vinha acompanhada de um dos critérios que Wolf (1987) classifica como um critério de interesse, a *inversão de papéis*: o pai e a madrasta, figuras das quais se espera proteção, foram condenados pela morte da menina. Crimes nos quais não há essa “soma” de diversos valores-notícia, são tratados usualmente nos jornais como notícias locais, agregando assim o valor-notícia

⁶ O Globo. **Entenda o caso do Goleiro Bruno**. 24 de fevereiro de 2017. Disponível em: <<https://oglobo.globo.com/rio/entenda-caso-do-goleiro-bruno-20975301>> . Último acesso em 02 de julho de 2017.

⁷ TOMAZ, Kleber. **Após 8 anos defesa quer anular o júri do caso Isabella Nardoni**. G1, 29 de março de 2016. Disponível em: <<http://g1.globo.com/sao-paulo/noticia/2016/03/apos-8-anos-defesa-quer-anular-juri-do-caso-isabella-avo-e-investigado.html>>. Último acesso em 02 de julho de 2017.

proximidade.

Em Brasil Urgente, porém, reportagens sobre crimes que não acumulam valores-notícia também não trazem a proximidade como um critério específico. É comum até que a informação sobre a cidade onde acontecem os crimes noticiados seja negligenciada na reportagem. No dia 30 de junho de 2017, noticiando o caso de uma mulher assassinada pelo ex-marido com sete tiros na porta da escola em que trabalhava como professora e na qual a filha estudava, a primeira reportagem exibida pelo telejornal mostrava imagens da cena do crime, mas não dizia em que cidade tinha acontecido. De volta ao estúdio, Datena perguntou ao vivo para a repórter Lívia Zuccaro se a criança que estava no carro era filha apenas da professora assassinada ou também do homem que a matou. “Não que mude muita coisa”, se apressou em dizer o apresentador, enquanto a repórter confirmava que a menina de três anos era também filha do assassino da mãe. Depois disso, o apresentador ainda fez diversos comentários antes da segunda reportagem esclarecer que o crime havia ocorrido em uma cidade da grande São Paulo. A informação sobre a localidade não é tida como um fator de muita relevância na matéria. As questões levantadas pelo apresentador frente à primeira reportagem, incompleta, são, especialmente, sobre o relacionamento entre o ex-casal e o modo como o criminoso fugiu.

110

Ainda no programa do dia 30 de junho de 2017, há um agrupamento temático de duas notícias ocorridas em lugares distintos. Dois roubos de bebês são noticiados: um na fila de uma agência de empregos, em outra cidade da grande São Paulo, no momento em que a mãe deixou a criança com uma mulher desconhecida para fazer uma entrevista. O segundo em um hospital, por uma enfermeira, em Brasília. A enfermeira afirmava ter mentido para a família e para o namorado sobre uma gravidez, e por isso resolveu roubar um recém-nascido. Os casos são bastante distintos e, em ambos, os bebês já haviam sido recuperados e as responsáveis, presas. Como maneira de unir as duas matérias, o apresentador diz, várias vezes, que as mães de bebês não devem confiar em ninguém para deixarem seus filhos. “Até com gente conhecida é perigoso, imagina com gente desconhecida! Já teve caso aqui de pai que fugiu com o bebê”, disse o apresentador.

A localidade, assim, é uma questão colocada em último plano. As matérias são justificadas pelo discurso moralizante do apresentador, que age como fio condutor entre

os temas, permitindo agrupamentos temáticos de notícias sobre casos diferentes e ocorridas em diversos locais do país. A ideia transmitida pela omissão do critério de proximidade e pelo agrupamento temático é a de que casos iguais aconteceriam em todos os lugares. As especificidades dos casos são apagadas e a ênfase recai sobre a dupla condenação das mulheres (além da condenação jurídica, a midiática) e sobre o reforço de determinados valores morais (a mãe, responsável pela criança, deve se esforçar mais para protegê-la, pois vivemos em um país perigoso).

É significativo ressaltar que, no dia 30 de junho de 2017, em que realizamos a decupagem de um episódio de Brasil Urgente na cidade de Belo Horizonte, e por isso através da transmissão da Band Minas, o programa local não trazia nenhuma reportagem. Brasil Urgente Minas, transmitido antes da edição nacional, foi todo dedicado a uma festa junina que ocorria no estacionamento da emissora. O apresentador Stanley Gusman, vestido à caráter, mostrava um grupo de quadrilha, entrevistava a banda de forró que tocava na festa e agradecia aos fornecedores de paçocas e pipocas. A colunista Geralda Francisca, da BandNews FM, fazia poses na barraca do beijo, e produtores, repórteres e alguns espectadores previamente selecionados se alternavam em uma competição de touro mecânico.

111

Fica evidente, assim, que a cobertura de crimes em âmbito local não é feita por Brasil Urgente. O valor-notícia proximidade é negligenciado e, no lugar dele, o que se vê é uma fala moralizante do apresentador que universaliza os crimes noticiados, argumentando que acontecem em todo o Brasil. Esses valores morais reivindicados por Datena, ao se afastarem dos valores-notícia tradicionalmente aceitos pela comunidade jornalística (que também se embasam em uma moralidade coletiva), se afastam das promessas positivistas de objetividade que ainda hoje legitimam o fazer jornalístico.

Quando a notícia é o roubo de uma motocicleta em uma cidade do interior da Bahia, sem ferimentos graves e sem mortes, a justificativa do apresentador para que aquilo seja noticiado em rede nacional é que aquela é uma “nova modalidade de roubo” para a qual o espectador deve estar atento, ainda que o crime seja bastante simples: o ladrão empurrou o condutor da motocicleta, que andava em velocidade muito baixa, subiu na moto e acelerou.

Os crimes locais são, assim, universalizados, e por isso se desprendem da proximidade como valor-notícia. A ideia presente no discurso do apresentador, que age como um fio condutor entre as matérias, é a de uma violência generalizada, que, aliada à impunidade, se torna um problema em todo o país. Ainda que a escolha de universalizar casos locais seja, provavelmente, por uma questão de economia de recursos, para que a emissora possa viabilizar uma cobertura policial sem manter uma equipe em cada estado do país (e isso justifica, também, a razão da ênfase em crimes cometidos na grande São Paulo e o uso de tantas imagens de câmeras de segurança com narrativas em *off*), o efeito do apagamento do valor-notícia proximidade em Brasil Urgente não se limita à redução de custos.

Pela perspectiva da compreensão da seleção noticiosa como baseada nos valores culturais de uma dada sociedade (SILVA e FRANÇA, 2014), não há necessidade de proximidade com o ocorrido para que ocorra identificação. O traço moralizante da notícia (HALL et al, 1993) se torna o principal eixo gerador de interesse, ainda que o acontecimento esteja distante do público. Os comentários do apresentador, generalizando a violência (e constantemente ligando-a, em relações de embasamento frágil, à impunidade e à corrupção política), suprem a falta de conexão imediata entre o acontecimento e os espectadores.

112

Ao mesmo tempo, o engajamento e a cumplicidade (SILVERSTONE, 2002) dos espectadores com os discursos proferidos por Datena se dão através da partilha de uma oferta social de significados, que partem da vida cotidiana e repercutem nela, reforçando determinadas leituras de mundo e estereótipos na representação da alteridade. O reforço das figuras do bandido e do trabalhador, por exemplo, independe da localidade. Desde que esses significados façam sentido para o espectador, dialogando com sua moralidade cotidiana, a cumplicidade do público se mantém, a despeito das generalizações do programa, que trata um roubo de motocicleta em uma cidade do interior da Bahia como um sintoma de uma suposta falência moral e política da sociedade.

O interesse *do* público, representado pelos discursos que ecoam seus valores morais, e do veículo de comunicação, que passa pelo corte de gastos com equipes locais, encontram, assim, um ponto comum na relativização do valor-notícia proximidade. Ele

deixa de ser necessário no programa, uma vez que o foco principal se torna o discurso de indignação do apresentador em torno de temas que tocam o senso comum.

O mesmo poderia ser dito, embora a questão valha uma análise separada, sobre o valor-notícia atualidade, que também pode ser flexibilizado para permitir uma cobertura pouco dispendiosa de casos policiais, mas em estreito diálogo com a moralidade do público. No dia 4 de maio de 2017, ao noticiar um caso de estupro coletivo na cidade de Uruçuí, no interior do Piauí, Datena afirmou que um caso parecido havia sido reportado por Brasil Urgente há cerca de 2 anos. Ele chamou a matéria antiga, que ficou por cerca de dez minutos no ar, e concluiu dizendo que esses casos se repetem, ressaltando o fato de que, em ambos os casos, os criminosos tinham menos de 18 anos e não podiam ser presos. A razão da matéria antiga ter sido trazida à tona por causa do gancho do novo acontecimento era, assim, a sustentação do discurso político proferido pelo apresentador, que reivindicava a redução da idade penal, baseando-se num discurso de fundo moral que opunha a noção de justiça a uma suposta inimizabilidade dos adolescentes. Por fim, Datena afirmou que crimes como esses acontecem porque políticos estão soltos, dando o exemplo de impunidade para a sociedade, e chamou uma matéria sobre a soltura de José Dirceu.

Considerações Finais

Brasil Urgente, ao estender uma cobertura entendida por outros veículos como local para o âmbito do nacional, flexibiliza a proximidade como um valor-notícia. Ainda que, pensando nas variáveis da noticiabilidade, essa escolha editorial pareça se dar mais pela economia de recursos (interesse da organização) do que por uma tentativa de manipulação política, a maneira como ela reverbera no produto final é significativa.

O estreito diálogo com a moralidade e o cotidiano do público, construído tanto nas matérias como na fala do apresentador, assume papel central no discurso do telejornal, e suprime a necessidade da proximidade e da influência direta daquele acontecimento sobre o público para que ele seja noticiado. Nesse diálogo, o apresentador reivindica questões políticas como a redução da idade penal, leis punitivas mais duras, armamento da população, legitimidade da violência policial, ligação entre corrupção política e crimes

violentos. É relevante lembrar, aqui, que Silverstone (2002) afirma que as questões morais têm suas complexidades reduzidas quando mediadas, o que, para o autor, radicaliza os discursos e suprime o espaço da diferença e da alteridade. Essas representações jornalísticas são, assim, ao mesmo tempo, produtos da moralidade coletiva e fatores que atuam sobre ela (HALL et al., 1993), (SILVA e FRANÇA, 2017), (PEREIRA JÚNIOR, 2004).

Se os valores-notícia são uma sistematização dos valores ideológicos compartilhados pela sociedade e pela comunidade jornalística na seleção noticiosa, a ruptura com esses critérios aponta para a reivindicação de novos e diferentes valores morais. Abandona-se a pretensa (e inalcançável) objetividade na seleção noticiosa em prol do que Silverstone (2002) chama de uma radicalização dos discursos, decorrente da privatização da sociabilidade, que se dá cada vez mais em espaços mediados. A seleção noticiosa continua se dando em estreito diálogo com os valores morais e culturais da sociedade, mas a flexibilização dos valores-notícia aponta para um desprendimento do discurso positivista de autolegitimação do jornalismo.

Uma vez que a seleção e o agrupamento das notícias em Brasil Urgente não atende ao critério de proximidade (ou mesmo o de atualidade), há uma grande liberdade da produção para a escolha temática das matérias. É possível que se faça, por exemplo, uma seleção de notícias de crimes cometidos por adolescentes. Mesmo quando a seleção não atua de maneira temática, o discurso do apresentador, que justifica a matéria, precisa ser o da violência generalizada, ou não haveria razão para que crimes cometidos algumas cidades específicas fossem transmitidos para todo o país.

Referências

- BERGER, P., LUCKMANN, T. **A construção social da realidade**. 12ed. Petrópolis : Vozes, 1995. p.248.
- BREED, W. **Controle social na redação. Uma análise funcional**. In: TRAQUINA, N. (Org.) **Jornalismo: questões, teorias e histórias**. Lisboa: Vega, 1993. p.152-156.
- HALL, Stuart et al. (1993). **A produção social das notícias : o ‘mugging’ nos media**. In: TRAQUINA, N. (Org.) **Jornalismo: questões, teorias e ‘histórias’**. Comunicação & Linguagens. Lisboa: Vega, 1993.

LANA, Lúcia Campos de Cerqueira. **Telejornalismo dramático e vida cotidiana: Estudo de caso do programa Brasil Urgente**. Belo Horizonte: UFMG, Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas, 2007.

PEREIRA JR, Alfredo Eurico Vizeu. **Mídia, jornalismo e construção social da realidade**. Rio de Janeiro: Revista Eco-Pós, dez/2004.

SCHUDSON, Michael. **The politics of narrative form: the emergence of news conventions in print and television**. Daedalus: journal of the american Academy of Arts and Sciences, 1982.

SILVA, Maria Terezinha da; FRANÇA, Vera Regina Veiga. **Jornalismo e noticiabilidade: quem constrói os valores-notícia?** XXVI Encontro Anual da Compós, Faculdade Cásper Líbero, São Paulo - SP, 06 a 09 de junho de 2017.

SILVERSTONE, R. **Complicity and collusion in the mediation of everyday life**. *New Literary History*, 2002, 33. p. 761-780.

SOLOSKI, John. **O jornalismo e o profissionalismo: alguns constrangimentos no trabalho jornalístico**. In TRAQUINA, Nelson. *Jornalismo: questões, teorias e "estórias"*. Lisboa, Vega, 1993, P. 91-100.

WHITE, David. Manning. **O gatekeeper: uma análise de caso na seleção de notícias**. In TRAQUINA, Nelson (org). *Jornalismo: questões, teorias e "estórias"*. 2. ed. Lisboa: Vega Editora, 1999. 360 p.

WOLF, Mauro. **Teorias da comunicação**. Lisboa: Editorial Presença. 1987. 247 p.